

# The Characteristics of Social Networks of China's College Students

Tongru WEI, Cheng WANG

North China Electric Power University, Baoding, China, 071003

Email: walter8250@vip.qq.com

**Abstract:** SNS, which was brought into China in 2003, is particularly popular with college students. Compared with western students, we found several distinctive features: the online social networking has become the most important network behavior among college students; male college students on network of socially active were significantly higher than female students; lots of social networking has being replaced by games; value orientation deviated from the mainstream, "grassroots" celebrity-led social networking. Clarifying the social network of the characteristics of college students, not only can guide them to develop the scientific social networking habits, but also can effectively prevent them from social networking addiction.

**Keywords:** SNS; College Students; Social Networks; Characteristics

## SNS 背景下我国大学生群体网络社交特点探析

魏彤儒, 王 成

华北电力大学, 保定, 中国, 071003

Email: walter8250@vip.qq.com

**摘 要:** SNS 2003 年进入中国, 近一两年开始进入高速发展期, 在中国大学生群体尤为普及且不乏痴迷者。探究我国大学生群体网络社交的特点, 是规范大学生网络社交行为, 培养其科学网络社交习惯, 有效预防该群体网络社交成瘾的基础和前提。调研发现, 与西方国家大学生对比, 我国大学生的网络社交呈现出的鲜明特点是: 网络社交已成为我国大学生群体最主要的网络行为; 男大学生的网络社交活跃程度明显高于女大学生; 网络社交具有较严重游戏化倾向; 网络社交成瘾更多表现为网络社交游戏成瘾; “草根”名人蹿红网络社交, 价值导向背离社会主流。

**关键词:** SNS; 大学生; 网络社交; 特点

### 1 引言

SNS 有两种所指, 一指社交网络服务(Social Network Service), 即旨在帮助人们建立社会性网络的互联网应用服务; 一指社交网站(Social Network Service), 即基于 SNS(Social Network Service)理念, 应用“六度空间”理论创造的可以建立社交关系, 维持社交关系的网络平台。本文中 SNS 指的社交网站。

据国外媒体报道, 市场研究公司 InSites Consulting 的数据显示, 全球 72% 的网民至少已经成为一家社交网站的用户, 总人数达到 9.4 亿<sup>[1]</sup>。

近年来, 随着 Facebook 等社交网站在全球范围的火爆, 我国 SNS 网站也呈爆发式高速增长。SNS 2003 年进入中国, 近一两年开始进入高速发展期, 新兴的 SNS 网站层出不穷, 目前我国使用社交网站的网民达 2.1 亿, 且人数仍不断增加, 网络社交在大学生群体尤为普及且不乏痴迷者。调查显示, 校内网、开心网等社交网站在我国 20~29 岁人群中的使用率高达 91.4%, 经常使用率也达到 41.4%, 明显高于其他年龄段<sup>[2]</sup>。社交网站在我国大学生群体中的重要地位日益凸显。

当前我国学界对于社交网络的研究, 大多是在考量 SNS 的商业价值和 SNS 如何促进了互联网技术发展等方面; 为数十分有限的大学生群体网络社交的特

资助信息: 河北省社会科学发展研究课题: “当代我国大学生理性政治参与问题研究”, 课题编号: 201003292。

点研究,也基本停留在原来的 BBS、博客等老式 WEB 应用基础上。文献分析和网络调研显示,我国大学生的网络社交相对于西方国家的大学生群体而言具有鲜明特点。在此背景下,探究我国大学生群体网络社交的特点,对于规范其网络社交行为,培养科学的网络社交习惯,有效预防该群体网络社交成瘾具有重要意义。

## 2 网络社交已经成为我国大学生群体最主要的网络行为

国外大学生最主要的网络行为集中在学习领域。据美国南加州大学安南堡传播学院未来数字研究中心和全球 13 个研究机构联合进行的大规模跨国合作研究项目——世界互联网项目(The World Internet Project)2010 年的报告指出,93%的国外大学生主要利用网络寻找相关资料,45%的大学生使用网络关注学校发布的相关信息,31%的学生主要使用网络进行非学习性目的的使用。美国科技公司 Bitstream 调查发现,在美国使用移动电话的大学生,有 45%从未使用移动上网功能,就算他们的手机拥有上网功能,也很少人愿意使用。

近年来,随着 SNS 在我国的迅猛发展,网络社交已成为我国大学生群体最主要的网络应用行为。

中国互联网络信息中心(CNNIC)《第 26 次中国互联网络发展状况统计报告》指出:“截至 2010 年 6 月,我国使用社交网站的网民规模达到 2.1 亿,半年新增用户 3455 万,增幅达 19.6%。”“2009 年 12 月~2010 年 6 月,各类网络应用使用率的排行榜中,社交网络占据了前十名中的四席,其中,社交网络的网络使用率达到了 50.1%<sup>[3]</sup>。”CNNIC《第 27 次中国互联网络发展状况统计报告》显示:“社交网站的用户规模和渗透率均比去年有较大提升,截止 2010 年 12 月,中国社交网络用户达到 2.35 亿人,较上年年底增长 5918 万人,网民使用率为 51.4%,比 2009 年增加 5.6 个百分点<sup>[4]</sup>。”

我国目前流行的 SNS 网站主要有人人网(原校内网)、开心网等,其中人人网规模最大,人人网也是中国最大的以在校大学生为用户主体的社交网站,其用户遍及国内 2200 所大学。易观国际 2010 年 9 月的数据显示,人人网目前拥有超过 1.6 亿注册用户,月度活跃用户近 1 亿,网民到达率为 24.0%,人人网人均月度访问量为 32.5 次,网站日均浏览页面近 4.8 亿页,用户每日在人人网上产生的互动高达 41 亿次,人人网

的有效浏览时间也位居所有社交网站首位,在 2010 年第三季度达到了 58,774 万小时,换言之,1.6 亿人人网注册用户平均每人每天至少要访问人人网 2 次,一次浏览会看近 4 个网页,每天和好友互动 10 余次,花去 2~4 小时时间。排在第二位的开心网活跃用户只有 42,000 人,到达率 11.3%。人人网注册用户和网民到达率两项指标均超过排在第二位的开心网一倍以上。

CNNIC 2010 年 6 月的调查数据表明,在人人网的活跃用户中,62.1%为在校大学生。人人网的前身校内网就是在全国重点高校中最流行、最有影响力的网站。在大学生群体中,人人网十分风靡,账号在大学的普及率可达 90%,74%的使用者经同学邀请走入“人人”,每次上网必上人人网及经常登陆的使用者各占 30%;每次使用半个小时到一个小时的占 47%,33%控制在十几分钟及以下;63.5%会用手机登陆,而其中 21.5%已经养成习惯,甚至上课也登陆使用。人人网占据中国 SNS 网站有效浏览时间市场份额的半壁江山,达到 49.7%,高出排在第二名的开心网 11.3%。笔者通过网调发现:目前 85.6%的在校大学生认为网络社交是自己最重要的网络行为,仅有 14.4%表示其主要的网络行为并非网络社交。可见,网络社交成为了当前我国大学生群体最主要的网络行为。

网络社交改变了大学生传统的交往习惯,使原本在地理和社会距离上很遥远的朋友或者陌生人之间的互动变得简单而频繁。网络社交不仅在虚拟世界中重构了大学生的社会交往方式,相应地也影响了他们在现实生活中的交往状况,使其往往习惯于虚拟网络社交而疏于生活中现实的人际交往。甚至连比尔·盖茨也选择了弃用 Facebook 账号。网络社交利弊兼具,应充分发挥其正面功能,遏制其消极影响,以利于大学生的健康成长。

## 3 男大学生的网络社交活跃程度明显高于女大学生

西方国家女大学生的网络社交活跃程度高于男大学生。ComScore 是美国弗吉尼亚州的一家专门进行网站数据统计的公司,该公司发布的一份研究报告称,在欧美国家,社交网站对女性的吸引力比对男性的吸引力更大;2010 年 5 月,有 75.8%的女性网民曾访问过社交网站,只有 69.7%的男性网民访问过社交网站。

国外女大学生使用社交网站的频率和时间也比男大学生要高。女大学生用户访问的网页数量以及在社

交网站上停留的时间分别占到网页访问总量的 57% 和所有用户总停留时间的 57%。女大学生用户平均每月用于社交网站的时间是 5.5 小时，而男大学生用户平均每月使用社交网站的时间是 4 小时。

国外主流社交网站 Facebook 的男女比例分别为 46% 至 54%，Twitter 分别为 48% 和 52%<sup>[5]</sup>，在性别方面，两家网站差别不大。国外的主流社交网站女性用户占据大多数，且国外大学生中同样女性比例高于男性。从 Facebook 和 Myspace 整体性别比例中我们可以看出，女性用户远高于男性用户，18~24 岁的人群占据了用户总数的半数左右，而这以年龄段正是大学生群体。

在我国，男大学生的独立性、求异性、冒险性一般超过女大学生，社会交往中表现得更加积极和开放，更加追求参与、刺激和成就感，因此他们往往比女大学生更多使用社交网络，社交网络中“好友”的数量和交往深度也超过女性，会与更多线上“好友”保持联系、见面或成为真正好友，他们更多地将网络社交作为一种交际或沟通信息的工具，而非单纯消磨时间的手段，且男大学生也更偏爱在社交网站组队进行网络游戏等交往方式。相比之下，女大学生更注重安全、稳定，在社会交往中表现出更多的情感性需求，对社交网络有较强的不信任感，因而更加倾向于通过网络社交与同事、同学、亲戚、家人以及朋友等熟人交往互动。同时，女大学生对网络社交的参与程度较浅，她们更喜欢在社交范围与现实社交圈高度重合的社交网站上活动，往往将网络社交作为一种消磨时间的方式<sup>[6]</sup>。

CNNIC 发布的《2009 年中国网民社交网络应用研究报告》中指出，20~29 岁的网民群体在社交网络的使用中占据主导地位(52.6%)，且这一群体在整体网民中所占的比例也居于前列(29.8%)。报告同时指出，社交网络中男性用户使用比例达到了 52.9%，女性用户比例为 47.1%，男性使用比例高出女性使用比例 5.8 个百分点，上述调查结果与 CNNIC《第 24 次中国互联网络发展状况统计报告》中全国网民男性为 53.0%，女性为 47.0% 的性别分布极为接近。

《第 26 次中国互联网络发展状况统计报告》显示，目前，我国网民男女性别比例为 54.8: 45.2，男性群体占比高出女性近 10 个百分点。《第 27 次中国互联网络发展状况统计报告》显示，男性网民所占比重进一步提升，2010 年，我国网民男女性别比例为 55.8: 44.2，男性群体占比高出女性近 11.6 个百分点，

女性互联网普及程度相对较低。笔者通过网调发现，当前我国使用社交网站的男大学生和女性大学生用户比例为 55.6:44.4，与我国网民总体性别比例分布极为相近。

综上，男大学生的网络社交活跃程度明显高于女大学生是我国大学生群体网络社交的又一鲜明特点。

#### 4 我国大学生群体的网络社交呈现较严重游戏化倾向

尽管 SNS 网站应以网络社交为主要服务内容，但在我国，因网络社交的主要参与者为年轻学生，他们拥有最前卫的观念和大量时间，区别于西方国家，我国社交网站为增强用户的粘稠度，大都选择通过网页游戏留住用户，风靡中国的人人网、开心网等社交网站均为如此。

网页游戏与非网页游戏相比，不需下载客户端，打开网页即可使用，这种玩法比较轻松，尽管画面精致程度有限。与其他网页游戏相比，SNS 网站中的网页游戏大多基于好友的互动，更易让人接受，如“偷菜”“抢车位”“买卖好友”等就是典型。自 2010 年始，小游戏等娱乐性组件充斥着各大 SNS，在原本更新好友状态的地方，取而代之的是各种游戏的动态，本身只有好友邀请和留言回复的通知，开始出现越来越多的游戏邀请通知，如果你不接受此类邀请，日后出现的邀请可能越来越多。

2010 年 5 月 27 日，CNNIC 发布的《2010 年中国网页游戏调查报告》显示，截至 2010 年 4 月，中国网页游戏用户规模已达 1.05 亿，其中社交类网页游戏用户为 9209 万。社交网页游戏使用比例高达 87.7%，是用户规模最大的网页游戏类型，社交网站依靠着社交类网页游戏不断提升着用户黏着度。

随着网页游戏的普及，朋友们的日志越来越少了，状态更新的频率低了，每天上 SNS 的重要原因是玩游戏，比如：今天车子停够时间了，换个位置收下钱；上来打个工，别明天付不起房租；“挑逗”一下买来的好友，赚点小费；去收自己的菜并且偷别人的菜等等。最终，SNS 网站成为大家玩网页游戏的直接去处，SNS 网页游戏被当成一种吸引新用户和获取现有用户注意的刺激方式。

网页游戏的确能够激发用户对 SNS 网站的新鲜感，从而提高用户的粘稠度，但却违背了建立社交网络的初衷；同时，网络社交的游戏化倾向不可避免地催化大学生网络社交成瘾，这也是需要人们必须反省

和解决的重要网络问题。

## 5 我国大学生网络社交成瘾更多表现为网络社交游戏成瘾

网络社交中的游戏成瘾,是我国大学生群体独有的表现。

SNS 网站网页游戏虽然在 2008 年前后才开始崛起,但发展速度很快,网页游戏目前已经成为 SNS 网站的最重要的功能之一。当前我国 SNS 网站充斥着各种小游戏等娱乐性组件,很多大学生每天登陆 SNS 网站的目的已不再是联络好友,登陆 SNS 网站的目的变成了玩偷菜和抢车位等网页游戏。为了在游戏中能高人一等,半夜偷菜,大清早起床找车位的现象十分普遍,为了偷菜不惜牺牲睡眠时间,为了抢车位从而翘课等等,成为大学生网络社交成瘾的重要体现。

2011 年 3 月中国互联网消费调研中心对游戏用户的调查结果显示,超过 98% 的用户曾经参与过网页游戏,未参与过网页游戏的用户仅占游戏用户的 1.4%。

CNNIC 调查显示,在问及“没有游戏功能您是否会使用社交网站”时,27.4% 的用户明确表示肯定会放弃,45% 的表示可能会放弃。

在国外,由于社交网络中的游戏并非主要功能,因此国外大学生的网络社交成瘾,更多是单纯的网络社交功能使用成瘾,而非网络社交游戏成瘾。

作为马里兰大学新闻学教授的 Susan Moeller,曾负责做过如下实验:200 名学生在马里兰大学的研究人员的要求下停止使用手机等所有的社交工具 24 小时,结果发现许多学生出现戒断症状,如渴望、焦虑,而且工作学习心不在焉。很多学生感觉失去了互联网和手机,就如同失去了朋友和家人。许多学生清楚地知道自己高度依赖手机、电脑,已经成瘾。学生们离开电脑也必须使用手机上的 SNS 网站客户端,以便及时了解好友的动态。学生们认为通过网络社交,能从朋友那里及时得到安慰,如果失去网络社交,会感到非常孤独,如同与世隔绝<sup>[7]</sup>。

综上所述,网络社交成瘾更多表现为网络社交游戏成瘾而非单纯的网络社交功能使用成瘾,是我国大学生网络社交区别于西方大学生群体的又一鲜明特点。对此,网络主管部门必须重视规范社交网络游戏;教育部门应积极引导大学生正确认识和对待网页游戏;社交网站应不只鼓励用户上网交友,还需鼓励用户踊跃参与离线活动,以虚实相辅的新策略延续人气。如此,才能减少社交网络游戏成瘾问题的发生,让网

页游戏成为大学生适度休闲放松的工具。

## 6 “草根”名人蹿红网络社交,价值导向背离社会主流

在西方,也有如“苏珊大妈”等“草根”名人出现,但其成名并非通过网络炒作或多样“恶搞”,而是靠自身实力和不断努力实现,“草根”名人引领的价值导向总体积极健康。网络对“草根”名人的关注体现为客观报道,绝非刻意炒作,包括大学生在内的网民群体对“草根”名人的关注程度并未“离谱”。

在我国,“草根”名人不断蹿红网络社交。以 2010 年为例,从快男伪娘“著姐”,到“许愿门”的章萌芊,从芜湖极品女“小月月”,到凤姐、犀利哥……,层出不穷的“草根”名人不断走红社交网络,人们对于草根名人的关注度甚至超过真正的明星。以人人网为例,快乐男生的主页拥有近万名粉丝,章萌芊的主页有 6 万 6 千余名粉丝,小月月的主页有近 2 万名粉丝,相册中的照片平均浏览量 4 万余次,日志浏览量更是超过 6 万人次,而凤姐的主页更是有 8 万多名粉丝,每条状态都有千人回复。这些“草根”明星的主页成为许多大学生们在社交网站浏览内容的首选之地<sup>[8]</sup>。

每个草根名人在社交网络上蹿红,均对人们的价值观产生一波冲击。如“著姐”走红,网络从“哥时代”进入了“姐时代”,从“春哥”到“曾哥”到“著姐”,越来越多的“男的姐”,“女的哥”让我们眼花缭乱;“章萌芊许愿门”使社交网络进入到“围观”时代;极品女“小月月”的出现,将网络炒作推向了前所未有的高度,有关小月月的衍生品如贴吧、小组、论坛、插图应运而生,甚至有网友成立“拜月神教”对之“膜拜”;凤姐凭借“雷人言论”迅速走红网络;犀利哥凭借“那忧郁的眼神,唏嘘的胡碴子,神乎奇迹的搭配,还有那杂乱的头发”迅速在网络上拥有了万千粉丝等等。

同时这些草根名人的言行,也影响着大学生的语言,改变着大学生的心态甚至价值观念。如在 2010 年“快乐男声”的比赛中,一些选手为了吸引眼球,采用了“雷人”的男扮女装的方式,而这一做法竟然在比赛中蔚然成风,以至于在一段时间内媒体的焦点全部集中在了“伪娘”们的身上而忽略了比赛本身。实际上,除了前文中提到的刘著因个人原因和长期生活习惯酷似女性外,其他大部分“伪娘”只是为了吸引眼球和自我炒作。有的“伪娘”没有真才实学,不满评委点评甚至当场发飙,一场选秀,捧红了“性别难分”的刘著,引

领起“伪娘”风潮。像凤姐这样“草根”明星，自身并无过高实力，也无辛勤奋斗过程，而靠经济手段和运营团队的炒作从“草根”变为名人，运营团队费尽心思为“凤姐”出名制作的嚼头，多数内容庸俗、低俗、媚俗，远远背离了我国主流社会文化。

由此带来的问题是，广大大学生越来越喜欢在网络上发表相关的负面评论和消极评论，这一趋势超过了发表积极评论的势头。约有 62% 的人表示，他们更愿意分享负面评论，而全球的这一比例则为 41%。草根明星的雷人言论，成了很多大学生的口头禅，而这些口头禅大多让人无法理解，不能接受。长此以往，不免会对大学生价值取向与未来发展产生不利影响。

鉴于此，相关部门必须严格过滤社交网络内容，树立正确的网络社交价值导向；必须大力推进大学生网络素养教育，强化大学生的社会责任感，帮助他们开展健康文明的网络社交活动<sup>[9,10]</sup>。

## 致 谢

感谢河北省社会科学发展研究课题：“当代我国大学生理性政治参与问题研究”，保定市哲学社会科学规划重点课题：“优化当代大学生政治参与机制的理论与实践研究”，华北电力大学思想政治理论课专项经费课题：“我国当代大学生政治参与存在的问题与对策研究”等课题予以本文的支持。

## References (参考文献)

- [1] World map of social networks [URL].  
<http://www.vincos.it/world-map-of-social-networks/>
- [2] CNNIC 2009 social networking applications report of Chinese Internet users [URL].  
<http://research.cnnic.cn/html/1257998660d1530.html>, 2009-11-12(Ch).  
2009 中国网民社交网络应用研究报告.  
<http://research.cnnic.cn/html/1257998660d1530.html>, 2009-11-12.
- [3] CNNIC 26th China Internet Development Statistics Report [URL].  
<http://research.cnnic.cn/html/1279173730d2350.html>, 2010-7-15(Ch).  
CNNIC 第 26 次中国互联网络发展状况统计报告[URL].  
<http://research.cnnic.cn/html/1279173730d2350.html>, 2010-7-15.
- [4] CNNIC 27th China Internet Development Statistics Report [URL].  
<http://research.cnnic.cn/html/1295343214d2557.html>, 2011-1-18(Ch).  
CNNIC 发布《第 27 次中国互联网络发展状况统计报告》[URL].  
<http://research.cnnic.cn/html/1295343214d2557.html>, 2011-1-18.
- [5] Statistics of the world's four major social networking site user's age, according to gender [URL].  
<http://www.pbdigg.net/show.php?tid=19464>  
统计全球四大社交网站的用户年龄、性别比例情况[URL].  
<http://www.pbdigg.net/show.php?tid=19464>
- [6] Xie Xinzhou, Xu Jincan, Wang Hongbo, & Zhang Yang. "Body absent" a new birth of interpersonal change [N]. Guangming Daily, 2010-7-8(11)(Ch).  
谢新洲, 徐金灿, 王洪波, 张扬. “身体缺席”催生人际交往新变革[N]. 光明日报, 2010-7-8(11).
- [7] Education institutions concerned: Over-reliance on youth smartphone [URL]. <http://cnbeta.com/articles/140712.htm>, 2011-4-12(Ch).  
教育机构担忧: 青少年过分依赖智能手机[URL].  
<http://cnbeta.com/articles/140712.htm>, 2011-4-12.
- [8] 2010 yearbook of RenRen.com [URL].  
<http://2010-2011.renren.com/yearbook/index.htm>  
2010 年人人网年鉴[URL].  
<http://2010-2011.renren.com/yearbook/index.htm>
- [9] Zhao Chen. The miracle of social networking and confusion [J]. Economic Herald, 2009, 31: 18-19(Ch).  
赵晨. 社交网络的奇迹与迷茫[J]. 经济导报, 2009, 31: 18-19.
- [10] Zhong Jianhuan. Social network spread to the phone [J]. Digital, 9(12): 10(Ch).  
钟建黄, 蔓延到手机的社交网络[J]. 数码, 2009, 9(12): 10.